

CO₂-Prestatieladder:

3.C.1 Communicatieplan

Publicatiedatum: 01-03-2023

Herzieningsdatum: 17-03-2023



Jan van der Lee
Loonbedrijf & Grondverzet



VAN DER LEE
GROOT IN GROEN



VAN DER LEE
FACILITAIR

Opgesteld door:

L.H.A. van den Brand

Akkoord directie:

Communicatieplan

Door transparantie probeert Van der Lee creatieve betrokkenheid van haar medewerkers te stimuleren. Daarnaast worden overige instanties daarmee op de hoogte gesteld van de inspanningen, welke Van der Lee levert.

1. Communicatiedoelstellingen

De CO₂-communicatie moet bijdragen tot bewustwording (kennis), veranderingsbereidheid (houding) en verbruiksvermindering (gedrag). Daarnaast moet de communicatie zorgen voor inzicht in alle stakeholders.

Bij de interne doelgroepen moet duidelijk zijn:

- Wat de doelstellingen en de, daaraan gekoppelde maatregelen, inhouden;
- Dat de doelstellingen en maatregelen zowel belangrijk als noodzakelijk zijn;
- Dat deze niet vrijblijvend zijn, maar dat er altijd een inspanningsverplichting geldt voor de medewerkers.

Van der Lee zal regelmatig (de verwachting is halfjaarlijks) intern en extern communiceren over (minimaal):

- Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf;
- Projecten waarop gunningsvoordeel is verkregen (indien van toepassing);
- Het huidige energieverbruik en trends binnen het bedrijf.
- De behaalde besparingen in CO₂-uitstoot;
- De mogelijkheden voor individuele bijdrage(n) door medewerkers.

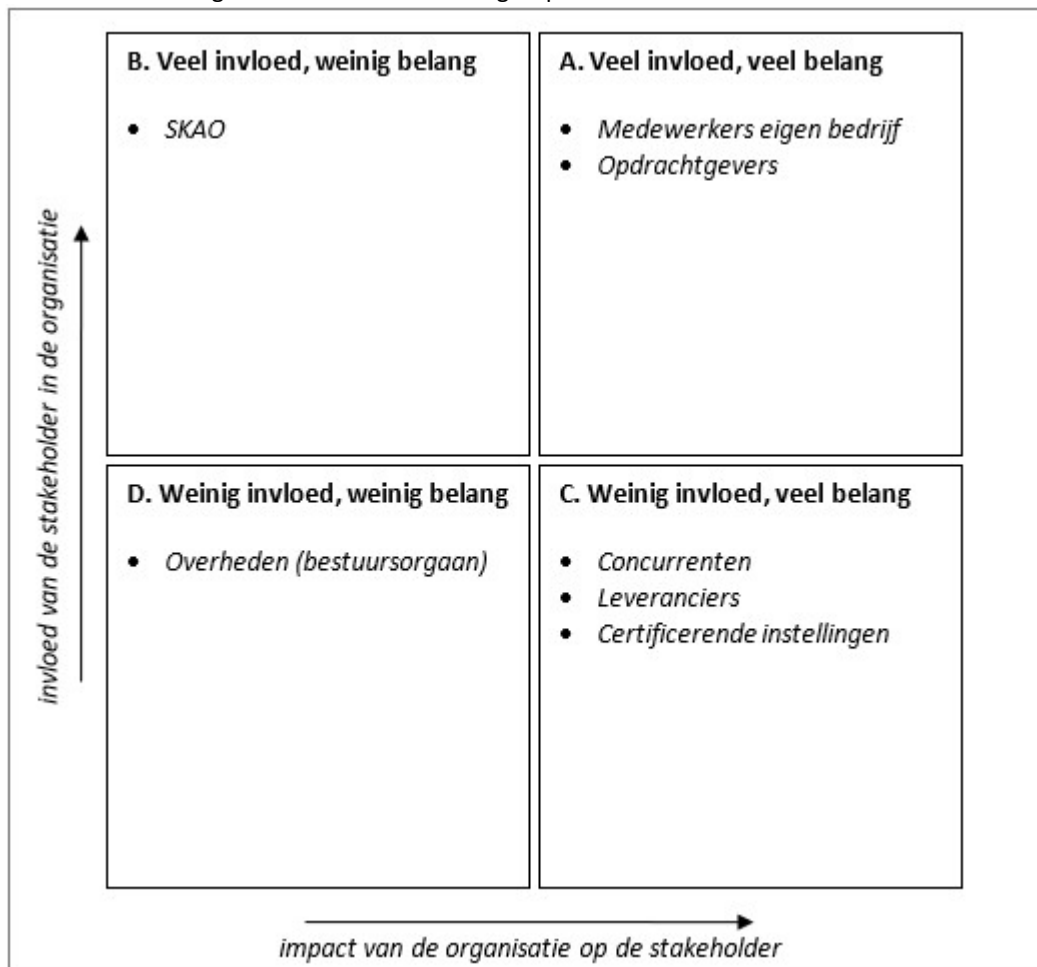
2. Communicatiewijze

Alle communicatie over de CO₂-Prestatieladder, welke via de bedrijfswebsite wordt gepubliceerd, dient te voldoen aan eisen. De communicatie en publicatie voldoet aan:

- Bereikbaar op het zoeken van de bedrijfsnaam en de term “CO₂-Prestatieladder” of “CO₂-beleid”;
- Alle onderstaande documenten worden gepubliceerd op de bedrijfswebsite van Van der Lee:
 - CO₂-Prestatieladder certificaat;
 - 3.A.1: Emissie-inventaris;
 - 3.B.1: Reductieplan;
 - 3.C.1: Communicatieplan;
 - 3.D.1: Deelname sectorinitiatief CO₂-reductie.
- Wijzigingen van bovengenoemde documenten worden zo spoedig mogelijk gepubliceerd, doch uiterlijk binnen 4 weken na gereedkomen van de documenten;
- Alle onderstaande documenten worden gepubliceerd op de website van SKAO:
 - 3.D.1: Deelname sectorinitiatief CO₂-reductie.

3. Communicatiedoelgroepen

Van der Lee heeft diverse doelgroepen, welke invloed en/ of belang hebben in het bedrijf. Hieronder een schematische weergave van betreffende doelgroepen.



Figuur 1 - Stakeholderanalyse

Groep A

Deze groep heeft veel invloed op en veel belang bij het gevoerde beleid en is dan ook de belangrijkste groep stakeholders. Zij worden overal van op de hoogte gehouden en waar nodig geraadpleegd:

- Medewerkers: het energiebeleid is van invloed is op hun dagelijkse werkomgeving. Zij hebben veel invloed op het beleid omdat zij het moeten uitvoeren en met ideeën moeten komen;
- Opdrachtgevers hebben veel belang bij de CO₂ reductie ambitie, aangezien een hoge ambitie ook kan uitstralen naar deze opdrachtgevers. De invloed is ook hoog aangezien zij eisen kunnen stellen in de inkoopvoorwaarden. [Hoofdaannemers, Gemeentes]

Groep B

De stakeholders in deze groep hebben veel invloed, maar weinig belang en worden daarom geïnformeerd. Wanneer een goede relatie bestaat met de partijen uit deze groep kunnen zij hun invloed in de positieve zin aanwenden:

- *Stichting Klimaatvriendelijke Aanbesteden en Ondernemen (SKAO) heeft veel invloed op het CO₂-beleid, omdat zij eigenaar is van de CO₂-prestatieladder. Het belang in de individuele organisatie is klein, zij stellen meer belang in de groep bedrijven die een ladderbeoordeling ondergaat/heeft ondergaan.*

Groep C

De groep die weinig invloed maar veel belang heeft in het energiebeleid en de reductiedoelstellingen is de grootste groep. Omdat ze niet veel invloed hebben zullen deze niet geraadpleegd hoeven te worden bij het nemen van beslissingen, maar ze zullen wel tevreden moeten worden gehouden.

- *Concurrenten (GWW-bedrijven) zijn zeer geïnteresseerd in de mate waarop Van der Lee scoort op de CO₂-prestatieladder. Het kan namelijk voor hen een behoorlijk concurrentievoordeel of -nadeel opleveren;*
- *Leveranciers zijn betrokken in het energiebeleid, omdat deze in kan houden dat een groot deel van de leveranciers ook de footprint moet aanleveren. Dit wordt in de inkoop Eisen opgenomen. De verwachting is dat de meeste vaste leveranciers goed gestemd zijn over de reductie van CO₂-uitstoot en willen hier graag aan meewerken.*
- *Certificerende instellingen hebben er belang bij dat er goed gewerkt wordt aan het energiebeleid, en dat er ambitie is om op de CO₂-prestatieladder te scoren. Dat betekent namelijk werk voor hen.*

Groep D

Deze groep heeft weinig invloed maar ook weinig belang en zal dus de minste aandacht verdienen. Wel wordt deze groep geïnformeerd via algemene middelen, zoals de website.

- *De overheden in wiens invloedssfeer Van der Lee ligt zijn over het algemeen geïnteresseerd in de prestaties van bedrijven op het gebied van duurzaamheid, maar ze zullen niet bovengemiddeld geïnteresseerd zijn in de precieze score van Van der Lee op de CO₂-prestatieladder.*

Intern

De belangrijkste interne belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de interne communicatie:

- Uitvoerende medewerkers;
- Kantoormedewerkers;
- Managementteam/directie.

Extern

De belangrijkste externe belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de externe communicatie:

- Leveranciers, klanten, media, belangenorganisaties;
- Derden (overige bezoekers van onze internetsite).

4. Communicatieplan

Communicatie met de diverse stakeholders dient middels de juiste middelen en op de juiste momenten te geschieden. Om zorg te dragen voor de juiste en tijdige uitvoering van de communicatie, wordt jaarlijks een communicatieplan opgesteld.

4.1. Communicatiedoelstellingen

De CO₂-communicatie moet bijdragen tot bewustwording (kennis), veranderingsbereidheid (houding) en verbruiksvermindering (gedrag). Daarnaast moet de communicatie zorgen voor inzicht in alle stakeholders.

Bij de interne doelgroepen moet duidelijk zijn:

- Wat de doelstellingen en de, daaraan gekoppelde maatregelen, inhouden;
- Dat de doelstellingen en maatregelen zowel belangrijk als noodzakelijk zijn;
- Dat deze niet vrijblijvend zijn, maar dat er altijd een inspanningsverplichting geldt voor de medewerkers.

Van der Lee zal regelmatig (de verwachting is halfjaarlijks) intern en extern communiceren over (minimaal):

- Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf;
- Projecten waarop gunningsvoordeel is verkregen (indien van toepassing);
- Het huidige energieverbruik en trends binnen het bedrijf.
- De behaalde besparingen in CO₂-uitstoot;
- De mogelijkheden voor individuele bijdrage(n) door medewerkers.

4.2. Communicatiemiddelen

Binnen Van der Lee wordt, ten behoeve van de CO₂-communicatie, gebruik gemaakt van onderstaande communicatiemiddelen:

Middel	Interne doelgroep	Frequentie
Toolboxmeeting	Medewerkers	
Nieuwsbrief	Medewerkers, management, Directie	Halfjaarlijks
Directiebeoordeling	Directie, KAM-coördinator	Jaarlijks

Middel	Externe doelgroep	Frequentie
Website bedrijfseigen	Opdrachtgevers, leveranciers, overige	Halfjaarlijks
Website SKAO	SKAO	Jaarlijks

Tabel 1 - Communicatiemiddelen

4.3. Communicatieplanning

Ten behoeve van tijdige communicatie wordt, als onderdeel van het communicatieplan, een planning opgesteld.

Doelgroep		Boodschap	Middel	Frequentie	Verantwoordelijke
Intern	Medewerkers	CO ₂ -footprint	Nieuwsbrief	Halfjaarlijks: uiterlijk 3 maanden na afronding periode.	KAM-coördinator
		CO ₂ -reductie: doelstellingen, subdoelstellingen, maatregelen			
		Mogelijkheden voor individuele bijdrage, huidig verbruik en trends binnen het bedrijf			
		CO ₂ -reductietips			
Extern		CO ₂ -footprint	Website		

	Opdrachtgevers, Leveranciers	CO ₂ -reductie: doelstellingen, subdoelstellingen, maatregelen		Halfjaarlijks: uiterlijk 3 maanden na afrondding periode.	
		Mogelijkheden voor individuele bijdrage, huidig verbruik en trends binnen het bedrijf			

Tabel 2 – Communicatieplanning

4.4. Communicatie n.a.v. communicatieplanning

Naar aanleiding van de communicatieplanning is in 2022 de volgende communicatie van toepassing geweest:

Doelgroep	Middel	Uitgifte	Boodschap
Intern	Medewerkers	Nieuwsbrief	2022 maart
			2022 september
			2023 maart
Extern	Opdrachtgevers, leveranciers	Bedrijfswebsite	CO ₂ 2021 Jaarcijfers
			CO ₂ 2022 Halfjaarcijfers
			CO ₂ 2022 Jaarcijfers
			3.A.1_1: CO ₂ -footprint 2021
			3.A.1_1: Emissie-inventaris 2021
			3.B.1: CO ₂ Reductieplan 2022
			3.C.2_1: Communicatieplan 2022
			3.D.1: Deelname initiatief 2022
			CO ₂ 2022 Halfjaarcijfers
			3.A.1: Emissie-inventaris 2022
		Website SKAO	3.B.1: CO ₂ Reductieplan 2023
			3.C.1: Communicatieplan 2023
			3.D.1: Deelname initiatieven 2023
			3.D.1: Deelname initiatieven 2023

Tabel 3 – Communicatie inzake rapportagejaar 2022

4.5. Communicatie - Budget

Ten behoeve van de CO₂-communicatie wordt jaarlijks een budget opgesteld.

Activiteit	Aantal	Eenheid	P.p.Eh.	
Schrijven/beoordelen communicatieplan, jaarplan e.d.	3,0	uren	à € 90,00	€ 270,00
Uitvoeren/uitzetten acties, communicatie, uitingen e.d.	3,0	uren	à € 90,00	€ 270,00
Informatie aanpassen op website	2,0	uren	à € 90,00	€ 180,00
				€ 720,00

Tabel 4 - Budget Communicatie 2023

4.6. Organisatie

De KAM-coördinator verzorgt het verzamelen van alle CO₂-data en het inzichtelijk maken van alle informatie omtrent het verbruikt. Hij rapporteert direct aan de directie, waarop zij het CO₂-reductiebeleid kan vaststellen en daarop kan sturen.

Om te verzekeren dat alle informatie tijdig en op de juiste wijze is gecommuniceerd, wordt jaarlijks gecontroleerd en geëvalueerd of deze informatie voldoende is overgekomen bij de rest van de organisatie. Indien nodig geeft dit de mogelijkheid om informatievoorziening aan te passen. De evaluatie vindt plaats onder verantwoordelijkheid van de KAM-coördinator.